



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

TRABAJO FIN DE ESTUDIOS

Título

Análisis de Costes en un Modelo de Turismo Responsable

Autor/es

IRENE PASTOR IRIGARAY

Director/es

LUZ MARÍA MARÍN VINUESA

Facultad

Facultad de Ciencias Empresariales

Titulación

Grado en Turismo

Departamento

ECONOMÍA Y EMPRESA

Curso académico

2017-18



Análisis de Costes en un Modelo de Turismo Responsable, de IRENE PASTOR
IRIGARAY

(publicada por la Universidad de La Rioja) se difunde bajo una Licencia Creative
Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported.
Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los
titulares del copyright.



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN TURISMO

**Análisis de Costes en un Modelo de Turismo
Responsable**
Cost Analysis in a Responsible Tourism Model

Autor: D./D^a. Irene Pastor Irigaray

Tutor/es: Prof. D./D^a. Luz María Marín Vinuesa

CURSO ACADÉMICO 2017-2018

ÍNDICE

RESUMEN / ABSTRACT.....	3
INTRODUCCIÓN.....	4-5
PARTE I: Turismo Responsable.....	6-17
1. DEFINICIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL TURISMO RESPONSABLE.....	6-17
1.1. El sector turístico en España.....	6-9
1.2. Origen del Turismo Responsable.....	9
1.3. Relación con el concepto de Sostenibilidad	10-12
1.4. Definición del Turismo Responsable.....	12-13
1.5. Impactos del Turismo ¿por qué un Modelo Responsable?.....	13-17
PARTE II: Análisis de costes.....	18-31
2. SISTEMA DE COSTES EN EL SECTOR TURÍSTICO.....	18-25
2.1. Industria Hotelera como objeto de análisis.....	20-22
2.2. Sistema de gestión basado en actividades (ABC).....	22-24
2.3. Sistema integral de gestión para la Industria Hotelera: Uniform System of Accounts for the Lodging Industry (USALI).....	25
3. APLICACIÓN PARA UN MODELO DE TURISMO RESPONSABLE.....	26-31
3.1. Normas de referencia.....	28-30
3.2. Evidencias del modelo.....	30-32
CONCLUSIONES.....	33-34
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXO I	

RESUMEN

Se presenta el modelo de Turismo Responsable, tratando de definirlo y contextualizarlo en su realidad de hoy. El Turismo ha sido, y continua siendo un potente motor para el desarrollo económico, social y cultural. En España su contribución es más que representativa en el desarrollo económico del país, pero sus impactos comprometen la balanza coste-beneficio de forma progresiva. Una consideración responsable se hace cada vez más necesaria para permitir su correcta evolución, no sólo por el lado ético y moral, sino por la gestión eficiente de los recursos que también garantiza una mejora en la rentabilidad económica y un mayor beneficio para todos, prestadores de servicios, consumidores y habitantes. Se considerará la contabilidad de gestión y ciertos modelos propuestos para el sector turístico tratando de materializar un modelo de turismo que hace mucho que dejó de ser únicamente teórico, o de mera aportación de “etiquetas verdes”.

ABSTRACT

The Responsible Tourism model is presented with the aim of defining it and contextualizing it in its currently reality. Furthermore, tourism has been a powerful engine for economic, social and cultural development. In Spain, its contribution is more than representative on the country economic situation. Moreover, its impacts compromise the cost-benefit balance progressively. A responsible consideration through this topic is becoming even more necessary in order to a correct evolution, not only for the ethical and moral side, but also for the efficient management of resources. Besides it guarantees an improvement in economic profitability and a greater benefit for all; providers of services, consumers and inhabitants. Finally, management accounting and certain models proposed for the tourism sector will be considered with the purpose of materializing a tourism model that for a long time haven't been only theoretical, or just a contribution of "green labels".

INTRODUCCIÓN

“Nuestro destino nunca es un lugar, sino una nueva forma de ver las cosas”.

– Henry Miller

No sería justo realizar un análisis de costes de una materia tan diversa y cosmopolita como es el Turismo considerándola únicamente como actividad económica. Se estaría renunciando a parte de su propia definición: *El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales (OMT).*

La vertiente social y cultural completan la consideración económica.

Si queremos ser fieles al concepto de Turismo debemos responsabilizarnos de las implicaciones del mismo.

El presente trabajo se ha centrado en el análisis de la vertiente responsable del turismo, no como otra de las muchas alternativas turísticas existentes, sino como una forma de hacer y de ofrecer turismo, sea del tipo que sea (de sol y playa, de aventura, cultural, gastronómico...), tanto en el sector público como en el privado, y desde los prestadores de servicios hasta los consumidores finales, pasando por los residentes de los lugares de origen y destino.

Se trata de tomar conciencia y actuar con responsabilidad a la hora de afrontar cualquier actividad turística. Ya existen gran cantidad de mecanismos para sustentar modelos responsables y eficientes: base normativa, implicaciones legales, conciencia social y medioambiental, percepción de la calidad en la autenticidad, conciencia de precios, estándares de educación que permiten conocer las consecuencias e implicaciones de nuestras acciones, el consumo responsable, el concepto de sostenibilidad...

Pese a ello, el Turismo está todavía lejos de ser una actividad responsable en la mayoría de países, a nivel mundial. La falta de medios, de conocimiento, y en muchos casos simplemente de educación sostenible, impide potenciar los beneficios derivados del mismo. Pero no sólo eso, en ocasiones es falta de concienciación, o de **responsabilidad** a la hora de ofrecer o disfrutar los productos turísticos. Se requiere tomar conciencia de modelos no sólo sostenibles, sino responsables, que garanticen implicaciones y valoren los resultados e impactos del desarrollo de la actividad.

El objetivo del presente análisis es identificar y analizar algunos modelos de contabilidad de gestión que sean capaces de evidenciar los beneficios de la aplicación de modelos de turismo responsables, más allá del nivel medioambiental, cultural o de patrimonio, sino también en términos de rentabilidad económica y ahorro de costes. La contabilidad de gestión proporciona sistemas que permiten incluir consideraciones medioambientales, sostenibles, y por ello, responsables para hacer reales y aplicables este tipo de modelos turísticos.

Quizás el punto de partida sean las pequeñas acciones que, como personas, como ciudadanos, como turistas, podemos aplicar a nuestro día a día, de forma que en algún momento la única forma de considerar el turismo sea desde una vertiente responsable.

En la primera parte del trabajo se presenta el Turismo Responsable, su definición y contextualización, comenzando con una introducción del sector turístico en España, ubicando el origen del Turismo Responsable. Seguidamente se relaciona el concepto con la Sostenibilidad y consecuentemente se aborda su definición. Por último, se presentan los impactos del turismo tratando de justificar sobre ellos la aplicación de un Modelo Responsable.

En la segunda parte se presenta el Análisis de Costes. Para ello se ha elegido la Industria Hotelera como objeto de análisis y donde se expondrán dos modelos de gestión de costes: el modelo ABC; y un modelo de gestión, que además integra todo un sistema de cuentas específico para la industria hotelera (USALI). Para terminar esta parte se ha adaptado el análisis a un Modelo de Turismo Responsable.

En la última parte, se presentan las principales conclusiones del trabajo.

PARTE I: Turismo Responsable

1. DEFINICIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL TURISMO RESPONSABLE

1.1. El sector turístico en España

Para poder enfocar los modelos de costes de forma más concreta a la realidad de nuestro país, se hace necesario presentar el recorrido de la actividad turística en España, la situación actual y sus posibles tendencias y previsiones.

- ☞ El inicio del turismo en España se ubica aproximadamente hacia los años '20, donde comienzan las visitas a balnearios como medio de curación de enfermedades. En el siglo XVIII surge la Comisión Nacional de Turismo. Además, durante el reinado de Alfonso XVIII surge la Comisión Nacional de Turismo, que da paso posteriormente a la Comisión Regia de Turismo, con el ánimo de llevar a cabo procesos de restauración de museos y monumentos.
- ☞ Gracias a la posición neutral del país en la Primera Guerra Mundial, se produce un desarrollo económico en España a partir de los años 20. Dio lugar al aumento del turismo de Sol y playa, la construcción de infraestructuras y la aparición de empresas dedicadas al turismo.
- ☞ Durante la Guerra Civil (1936-1939) tuvo lugar un denominado turismo político centrado en la recopilación de información acerca los territorios y paisajes que estaban ocupados por uno u otro bando.
- ☞ En los periodos de postguerra España quedó aislada de los países democráticos. *España no superó el 1.8% de los turistas hasta 1950* (Díaz Ortuño 2016).
- ☞ En la década de los '60 se inicia el "boom turístico" en España, principalmente por el desarrollo del turismo de Sol y playa, convirtiéndose en un pilar fundamental para la economía española. Entre 1961-1970, *Europa era el principal emisor de turistas para nuestro país, alcanzando el 80% anual* (Sánchez Sánchez 2001).
- ☞ Hacia el 1970 caída de la actividad con la crisis mundial del petróleo. La inquietud generada por el porvenir tras la muerte de Franco en 1975 también contribuyó al descenso de turistas extranjeros en España. El modelo de Sol y playa comienza a cuestionarse.
- ☞ A partir de los '80 se producen importantes cambios sociales, políticos y económicos:

- Uno de ellos es el nombramiento de Juan Carlos como Jefe de Estado.
- Con el aumento de la esperanza de vida se ofrecen opciones para la tercera edad: paquetes de bajo coste y fuera de temporada para el IMSERSO (Instituto de Mayores y Servicios Sociales).
- Procesos de internacionalización de muchas empresas del sector turístico en todo el mundo:

Encontramos a Iberia, una marca turística española muy importante desde su fundación en 1927. Aparece también Amadeus, quien se convertirá en un proveedor líder en soluciones tecnológicas para el sector turístico. Ambas se disponen a la apertura internacional desde 1987.

También muchas consultoras turísticas como THR, Chias Marketing o Consultur y cadenas hoteleras españolas como Sol Meliá y Barceló despliegan al ámbito internacional en la década de los 80.

A partir de estas empresas pioneras en la apertura exterior, aparecen otras como Riu, Iberostar, Fiesta, Globalia, el Grupo Piñero, NH o Grupo Hotusa, en cuanto a alojamiento, y DIT Global, ALS Advanced Leisure Services o Tourism&Leisure, entre otras, en el ámbito de consultoría y asesoría turística¹.

- Entre el 1980 y 1989 aparece el término de *baby-boomers*²: aquellas personas mayores de edad con recursos económicos disponibles para poder viajar. Tratan de buscar viajes o experiencias emocionantes, alternativas de aventura, ecoturismo, pero también turismo de lujo.
- Acontecimientos históricos a nivel mundial que favorecieron los flujos turísticos: la entrada de España en la Unión Europea en el 1986 o la caída del Muro de Berlín en Alemania en el 1989.
- Cesión de las competencias en materia turística a las Comunidades Autónomas y a la iniciativa privada: descentralización y mayor independencia de la gestión turística por territorios. Por su parte, también se crea un

¹ Junto a ellas han entrado en el panorama turístico internacional aerolíneas, agencias de viajes, operadores turísticos, empresas de base tecnológica asociadas al sector, etc. López de Ávila, A. (Presidente de Segittur), (28 febrero 2013). Presencia internacional de las empresas turísticas españolas. Recuperado de: <https://atlas.marcasrenombradas.com/analisis/presencia-internacional-de-las-empresas-turisticas-espanolas/#>

² Elizabeth Guerreiro, P., Ramos Mendoza, JR, 2014, *Introducción al Turismo*, México, Grupo editorial Patria, pág. 16.

organismo centralizado, encargado de gestionar y promocionar “la marca España” fuera de nuestras fronteras: Turespaña³.

☞ En la década de los '90 las repercusiones de la actividad turística son ya muy patentes en la economía del país:

- El turismo generaba ya alrededor de un 8% del PIB de nuestro país y se contaba con más de un millón de personas ocupando puestos de trabajo en el sector turístico, tanto es así que Exceltur⁴ confirma que *la década de los 90 fue la de mayor prosperidad para el sector turístico español. Las temporadas entre los años 1990 a 1999 en las que los ingresos nominales por turismo extranjero crecían, según el Banco de España, a tasas medias anuales del 12,7%, es decir, ritmos de crecimiento del 5,9% cada año tras descontar la inflación.*
- En 1992 aparece la primera estrategia política en el ámbito turístico, “FUTURES I”. Se propuso consolidar el turismo español a través de propuestas para mejorar la planta hotelera y la internacionalización de las empresas turísticas españolas, sobre todo en el Caribe (Catalonia o Palladium).
- El turismo se considera ya como una parte fundamental de la agenda política, con una mejora en la planificación, promoción y comercialización del sector turístico.
- En esta década surge de forma consolidada el **Turismo sostenible**, que engloba *todas aquellas actividades turísticas respetuosas*, pero también *participativas* con el medio natural, cultural y social y *con los valores de las comunidades locales, que permiten disfrutar de un intercambio de experiencias y necesidades entre residentes y visitantes* (Guerrero y Ramos, 2014).

☞ En el último periodo 2000-2015 España ha experimentado por un lado el auge económico y, por otro lado, la caída histórica por la llegada de la crisis financiera

³ Organismo público, adscrito al Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital a través de la Secretaría de Estado de Turismo, responsable del marketing de España como destino de viajes en el mundo (*Tourspain*).

⁴ EXCELTUR es una asociación sin ánimo de lucro, formada por 23 de las más relevantes empresas de toda la cadena de valor turística y de los subsectores del transporte aéreo, ferroviario, marítimo y terrestre, alojamiento, agencias de viajes y tour operadores, medios de pago, alquiler de coches, hospitales turísticos y centrales de reservas/GDS. Son el ejecutivo de Exceltur Jose Luis Zoreda y su director de Estudios Óscar Perelli quienes hacen dicha afirmación en un artículo de Hosteltur (https://www.hosteltur.com/147470_20-anos-han-revolucionado-sector-turistico-espanol.html).

y económica mundial, cuyo impacto en España marcó una tendencia señalada, ya desde sus inicios en 2007. El número de turistas cayó en unos 6 millones tomando como referencia las cifras precedentes a 2007 y las cifras obtenidas en 2008, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Las cifras muestran una recuperación a partir de 2013 superando cifras anteriores a la crisis.

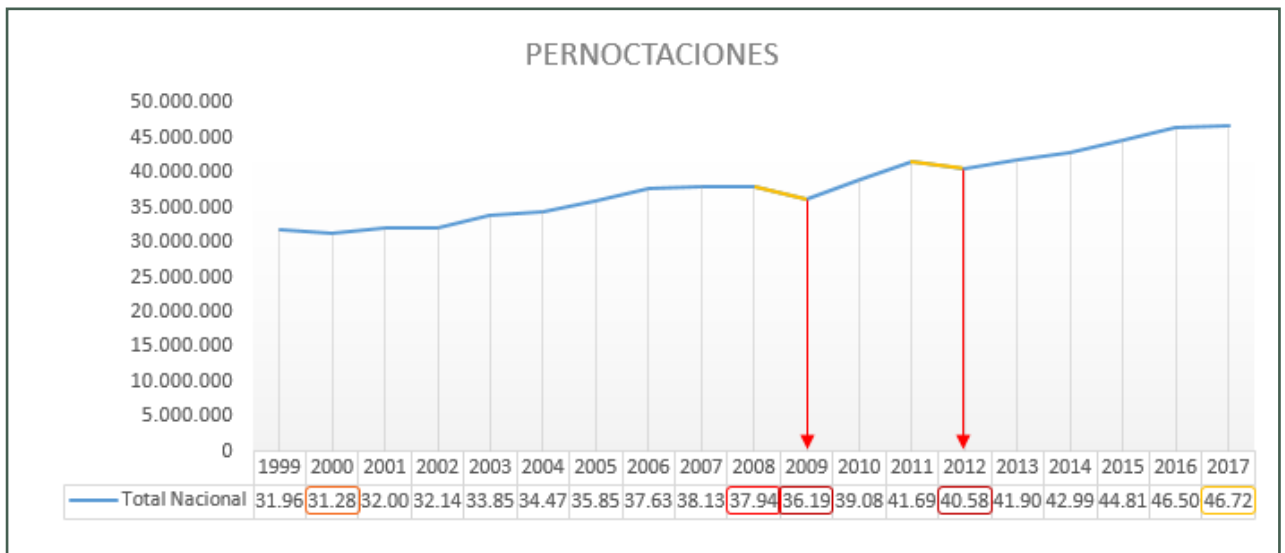


Figura 1.1. Evolución pernoctaciones en España en establecimientos hoteleros.

Fuente: OMT y elaboración propia

1.2. Origen del Turismo Responsable

En un mundo globalizado donde la rentabilidad económica parece estar a la cabeza de cualquier actividad empresarial, el sector turístico ha experimentado una evolución de los modelos turísticos masivos durante las últimas décadas. Igualmente han surgido otros modelos alternativos desde los '90: turismo sostenible, verde, comunitario, de aventura, ecoturismo, agroturismo, etc. Retomando el epígrafe anterior, Guerrero y Ramos (2014) ya mencionaban la aparición del **Turismo Sostenible** en esta década. Por otra parte, Pablo Díaz, en una reciente publicación de Hosteltur⁵, considera influyente la creciente preocupación por la sostenibilidad planteada desde los '60, y su influencia en este tipo de modelos alternativos.

⁵ Recuperado del artículo de Pablo Díaz Rodríguez (19 de Enero, 2018): *Turismo sostenible: de la retórica a la responsabilidad*. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/020816_turismo-sostenible-de-la-retorica-a-la-responsabilidad.html

1.3. Relación con el concepto de Sostenibilidad

Se puede definir **sostenibilidad** como la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, así lo definía Gro Harlem Brundtland (ONU). Además debe garantizar el equilibrio entre tres pilares fundamentales: el crecimiento económico, la protección del medio ambiente y el bienestar social.

El **concepto de sostenibilidad** aparece por primera vez en el *Informe Brundtland*, publicado en 1987 (*Nuestro futuro común*). Fue un documento elaborado por las Naciones Unidas en el cual por primera vez se alerta sobre las consecuencias medioambientales negativas que genera el desarrollo económico la globalización y, consecuentemente, la industrialización y el crecimiento poblacional, tratando de proponer soluciones.



¿Qué relación tiene la Sostenibilidad con el Turismo?

En primer lugar, se hace necesario recordar el concepto de Turismo:

“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (OMT, 2010).

El propio concepto relaciona los Tres Pilares fundamentales de los que hablaba la Sostenibilidad:



Crecimiento económico

“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias...con fines de ocio, **negocios...**” contribuyen al crecimiento económico a lo largo de toda la cadena que conforma la actividad turística: transporte, contratación de servicios... tanto en origen como en destino. Si valoramos el coste de oportunidad de viajar, obtenemos que la elección de una opción diferente a viajar tiene una repercusión menos favorable para una economía que la elección de realizar un viaje o actividad turística:

ANEXO 1: Encuesta COSTE DE OPORTUNIDAD.

Atendiendo a los resultados obtenidos de la encuesta, y considerando las limitaciones de la misma (muestra muy reducida, enfocada principalmente en población joven),

obtenemos que el coste de oportunidad de no viajar tiene un impacto inferior en la economía. Es decir, cuando elegimos no viajar, normalmente no destinamos esos recursos para otra actividad económica de forma equivalente a lo que hubiera supuesto realizar un viaje.

Protección del medio ambiente

Cada vez es mayor la concienciación del respeto al medio ambiente y la contribución para su mantenimiento, tanto por parte de los turistas como por parte de los prestadores de servicios.

Un ejemplo es la *Reserva Natural Isla Juan Venado*, en la provincia de León, en Nicaragua. Cuenta con construcciones que respetan el medio ambiente en el que se encuentra, realizan excursiones con conciencia medioambiental, que no resultan agresivas para la naturaleza. Trata de considerar y empoderar a la comunidad local en su relación con los operadores turísticos.

Por el lado de los turistas, un estudio del grupo Tui Travel entre 4.000 usuarios evidencia que uno de cada dos está dispuesto a pasar unas vacaciones más sostenibles.

Bienestar social

El turismo es una actividad generadora de bienestar por excelencia. Encontramos incluso una tipología de turismo referida al mismo: “Turismo de bienestar” relacionado el servicio de cuidado, recuperación y mantenimiento de la salud. Pero este punto se refiere al bienestar social, es decir, a la contribución en la mejora de la calidad de vida del turista, y de la comunidad de destino.

Luigi Cabrini (director consejero del secretario general sobre Sostenibilidad, OMT) explica que “cuando un hotel promete comida local, favorece la producción del sitio donde está, revierte en la economía del lugar, aumenta la calidad de los productos. Es un círculo que se cierra”⁶. Aquí podemos hablar de generación de bienestar social,

⁶ Linde, P. (24 enero, 2014). Hacia un turismo responsable. *El País*. Recuperado de http://https://elpais.com/elpais/2014/01/24/planeta_futuro/1390589346_042521.html

aunque también económico, para la comunidad local, y también para ese turista “responsable” que disfruta de la calidad y autenticidad de los productos ofrecidos.

Se concluye que la cabida de la sostenibilidad en el turismo es evidente y necesaria para su desarrollo. En cambio, durante décadas, la preocupación acerca de la sostenibilidad en el sector turístico ha formado parte de discursos, con poca trascendencia en acciones concretas.

Cuando se comienza a tomar conciencia de las repercusiones del Turismo a nivel económico, pero también social, cultural y medioambiental, considerando el carácter transversal del mismo, y poniendo en balance el beneficio y el coste de su actividad en todos sus ámbitos, es el momento en el cual podemos hablar de Turismo Responsable. La base fundamental de su análisis es que todas las partes implicadas asuman su responsabilidad. El Instituto de Turismo Responsable (Responsible Tourism Institute) diferencia cuatro actores dentro de la actividad turística:

- 🌱 Destinos
- 🌱 Comunicación y redes
- 🌱 Turistas
- 🌱 Empresas

Todos ellos comportan el marco de la actividad turística, y sus actuaciones condicionarán su pertenencia o no a un turismo responsable.

1.4. Definición del Turismo Responsable

El Turismo Responsable engloba todas aquellas propuestas turísticas que consideran los impactos negativos del turismo y eligen opciones alternativas al mismo, participando y fomentando el medio en el que se desarrollan.

El Turismo Responsable busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, teniendo en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales. Denuncia los impactos negativos del turismo en las sociedades anfitrionas y la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse; valora y reclama la responsabilidad de todos los implicados a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles. BIDAIETIKO. Asociación para la promoción del turismo responsable.

El Instituto de Turismo Responsable lo define como *un sistema complejo en el que se funden en un todo visitantes, población residente, territorio y patrimonio, atendiendo a un planteamiento integrador en el que la variable ambiental deberá conjugarse con las restantes **variables de la sostenibilidad**, las sociales, las culturales, las económicas, las institucionales y las propiamente éticas de los productores y consumidores de servicios turístico*. Es interesante la aportación de esta definición en cuanto a repartir responsabilidades entre productores y consumidores.

🌱 ¿Cuál es entonces la diferencia entre Turismo Responsable y Sostenible?

*El **turismo responsable** y el **turismo sostenible** no son lo mismo. El turismo responsable pone énfasis en lo que los individuos y los grupos hacen para ocuparse de aquellos asuntos de sostenibilidad que surgen en los lugares concretos, atendiendo prioridades locales, informando transparentemente de lo que han hecho para atender esas prioridades. Cuando los individuos, negocios o gobiernos aseguran que se han comprometido en turismo responsable hay que preguntarles por cosas específicas. Pregúntales:*

- 🌱 *¿De qué se están responsabilizando?*
- 🌱 *¿Cómo están asumiendo esa responsabilidad, que están haciendo, y cuanto están haciendo?*
- 🌱 *¿Qué han conseguido?*
- 🌱 *Los resultados y los impactos son las evidencias que es necesario analizar para juzgar si la responsabilidad ha sido asumida efectivamente.*

(Harold Goodwin: *Responsible Tourism 2nd edition, Using tourism for sustainable development*).

1.5. Impactos del Turismo ¿por qué un Modelo Responsable?

Volviendo a la última definición de Turismo Responsable: *Los resultados y los impactos son las evidencias que es necesario analizar para juzgar si la responsabilidad ha sido asumida efectivamente.*

Nos encontramos en un contexto en el que la balanza entre los impactos positivos y los negativos del turismo se va inclinando cada vez más en perjuicio del entorno social, pero también del físico/natural. Por ello se hace necesario identificarlos, para poder establecer modelos turísticos que permitan una actividad responsable y sostenible, en concordancia con el medio ambiente social y físico-natural.

En referencia al medio ambiente social, ya podemos hablar de:

- Pérdida de las identidades locales
- Promoción de opciones turísticas no deseadas (turismo sexual) que impactan en la integridad y reputación de la población de ciertos destinos turísticos, generalmente de países en vías de desarrollo.
- Abandono de actividades económicas tradicionales en favor de nuevas actividades turísticas: este punto no resulta íntegramente negativo cuando dichas actividades turísticas presentan nuevas opciones a otras ya en declive, o con muy poca rentabilidad para sus municipios. Más bien deben enmarcarse en un contexto en el que, dichas actividades tradicionales, son totalmente sustituidas por otras, de carácter turístico, que en muchas ocasiones no suponen una alternativa para aquellos que pierden su trabajo, y por tanto sus rentas, derivadas de esa actividad que ha sustentado siempre sus territorios. Es decir, cuando el fin último no resulta ser la renovación de las actividades tradicionales por otras que permitan el desarrollo de los territorios, sino que dan lugar al mero enriquecimiento de aquellos que invierten en dichos espacios, en detrimento de la población local, sus actividades, y la diversidad de los entornos.

Por otra parte, en lo que se refiere al medio físico/natural, cabe destacar que tienen lugar en ecosistemas más frágiles, y derivan del turismo de masas, pero también de actividades turísticas minoritarias.

- La construcción masiva de establecimientos turísticos provoca daños en el paisaje (hoteles y urbanizaciones a pie de playa, centros históricos corrompidos por urbanizaciones hoteleras, campos de golf que requieren un mantenimiento muy costoso, chiringuitos de playa...).
- La construcción de infraestructuras de transporte sin conciencia con el medio ambiente, cuando impactan en forma de división de ecosistemas, cuando se construyen aeropuertos innecesarios, o puertos que de enorme volumen que afectan el litoral...
- Contaminación acústica en zonas de discotecas y bares, también por el tránsito continuo de coches hasta altas horas de la madrugada. Así mismo, se puede considerar como tal el impacto acústico en espacios naturales protegidos debido al tránsito de turistas.

- Aumento de basuras en temporada alta, dando lugar a acumulación de residuos, malos olores, contaminación de ríos y afluentes cercanos a las urbes... A ello podemos añadirle el impacto del turismo ‘‘de fiesta’’ principalmente entre la población joven, donde la responsabilidad con el medio ambiente parece perderse todavía más, tratándose de destinos de los que este turista no siente formar parte (turistas que dejan desechos del ‘‘botellón’’ y que, probablemente, en sus lugares de origen no lo harían).
- Consumo excesivo y desproporcionado de energía y agua en ciertos equipamientos turísticos, con mayor impacto en ecosistemas con escasez de agua (mantenimiento de piscinas en alojamientos turísticos, parques, jardines, campos de golf...).
- Impactos en la flora y fauna, principalmente en espacios más exóticos, donde se deja de atender los ecosistemas frágiles en favor de la actividad turísticas.

Podemos hacer uso de estos impactos para justificar los esfuerzos en la promoción del desarrollo sostenible en la actividad turística, ya sea por parte del sector público o privado. Un ejemplo de estos esfuerzos, convertidos en base de muchos estándares de turismo sostenible y responsable son las Cumbres de la Tierra o Conferencias de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y el Desarrollo, encabezadas por la ONU:

Tratan de responder a un objetivo de magnitud global centrado en el desarrollo sostenible: garantía de la calidad de vida de las poblaciones, conservación de recursos naturales considerando el crecimiento poblacional, en definitiva, el respeto a la integridad ambiental y al desarrollo mundial. Para ello se establecen alianzas y acuerdos entre países a nivel mundial. Ejemplos de estas Cumbres y Conferencias a lo largo de la historia:

- 🌱 La Cumbre de la Tierra en Estocolmo o Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, en el 1972. Primera gran Conferencia de la ONU a nivel internacional sobre cuestiones ambientales. Se firmó la Declaración de Estocolmo: con 26 principios relativos al desarrollo y medio ambiente, además de 109 recomendaciones y una resolución.
- 🌱 La Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro, en el 1992. Reafirmó la Conferencia de 1972, queriendo establecer una nueva alianza mundial equitativa y basada en la cooperación entre los Estados, los sectores claves y las personas. Dio lugar a la aprobación de 3 grandes acuerdos:

- Programa 21 o Agenda 21: fue un *plan de acción mundial* que considera una serie de medidas y metas ambientales y de desarrollo para el siglo XXI.
- Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo: que incluye una lista de principios en cuanto a los *derechos civiles y obligaciones de los Estados*.
- Declaración de principios sobre los bosques.

Además de otros convenios y convenciones sobre el cambio climático, la diversidad biológica y la lucha contra la desertización.

- La Cumbre de la Tierra de Johannesburgo, en 2002. El objetivo principal fue la renovación del compromiso político asumido 10 años antes en Río de Janeiro, tratando de ajustar los programas del desarrollo sostenible. Da lugar a la Declaración de Johannesburgo como principal acuerdo. Además, se establecieron otros acuerdos en la misma Cumbre: la sobreexplotación de recursos pesqueros (con vistas a mejorar su situación para 2015); iniciativas de Asociación y críticas a modelos anteriores con el objetivo de mejorar.
- La Cumbre de Río +20, en 2012. Fue la mayor de las Cumbres de la ONU hasta el momento, con la participación de 191 países. El objetivo la revisión y actualización del desarrollo sostenible, pero también ‘revivir el espíritu’ de integración y unidad. Se hizo hincapié en el cambio climático, la desertización y la pérdida de biodiversidad. Para ello elaboraron un plan de medidas hacia la economía verde, considerando también la pobreza. Fue muy criticado por la falta de medidas vinculantes y de sustento financiero.

Todos estos tratados, resultado de las Conferencias y Cumbres de la Tierra comparten principios similares, que se pueden resumir en lo siguiente:

- Consecución de la actividad productiva en armonía con la naturaleza.
- Cuidar el impacto de la actividad turística en los ecosistemas de la Tierra, tratando de que ésta contribuya a su conservación.
- Sostenibilidad como principio fundamental en el desarrollo de la producción y el consumo de productos turísticos.
- Apostar por sistemas económicos abiertos y sostenibles.
- Considerar la influencia de la actividad turística en el desarrollo, la protección ambiental y el mantenimiento y defensa de la paz.

- Deber de considerar a la población local en el desarrollo turístico de los destinos.
- Responsabilidad en el desarrollo del turismo, así como en la cooperación entre naciones, en casos de catástrofe natural, a través de advertencias y cooperación.
- Fomento del empleo de la población local, así como terminar con la distinción en el empleo para la mujer (tareas específicas, dificultad en la obtención de cargos relevantes...).
- Reconocimiento de la identidad cultural del destino como base para la promoción del mismo.
- Respeto a la legislación internacional en materia de medio ambiente, una legislación global.

PARTE II: Análisis de costes

La adecuada gestión de cualquier actividad económica implica necesariamente diseñar un sistema de costes. Atendiendo a Escobar y Cortijo (2012) la Contabilidad de Gestión incluye a la Contabilidad de Costes, así como a toda la información complementaria que se requiere para la gestión de las empresas.

Los mismos autores remarcan un triple objetivo de la contabilidad de gestión: el cálculo de los costes de los productos, que responde a la demanda de información de la empresa, así como servir de información complementaria a la contabilidad financiera; proporcionar información relevante y necesaria para la toma de decisiones; facilitar el proceso de planificación y control.

Tal y como explican Horngren, Datar y Foster en sus manuales acerca de la Contabilidad de Costes, la estrategia de la empresa está estrechamente relacionada con la gestión de dicha materia, tratando de crear valor para los clientes y diferenciándose de los consumidores. Analiza qué genera valor, cómo lo genera, y qué hay que hacer para generar ese valor. A su vez, compara esos datos con los de los competidores, permitiendo desarrollar la estrategia. El análisis de costes a través de la Contabilidad de Gestión nos ayudará a responder estas cuestiones.

2. SISTEMA DE COSTES EN EL SECTOR TURÍSTICO

Atendiendo a la variedad de industrias y actividades dentro del sector turístico se van a presentar brevemente las diferentes tipologías de establecimientos turísticos y se va a seleccionar la que será objeto del análisis.

Tomando el marco conceptual de la OMT (Organización Mundial del Turismo), se consideran Industrias Turísticas *aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo*. Estos productos hacen referencia a dos características fundamentales:

- a. *El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico* (proporción que corresponde al gasto/demanda).
- b. *El gasto turístico en el producto deberían representar una parte importante de la oferta del producto en la economía* (proporción que corresponde a la oferta). En este sentido, la oferta dependerá de la existencia de visitantes susceptibles de consumir el producto turístico.

La OMT proporciona una clasificación de productos e industrias turísticas, incluidas en su *Glosario Básico*. A partir de ella se ha elaborado una relación de tipos de industrias turísticas y de empresas para las mismas (figura 2.1):

INDUSTRIAS	EMPRESAS
Alojamiento para visitantes	hoteles, pensiones, apartamentos turísticos
Actividades de provisión de alimentos y bebidas	restaurantes, bares, catering
Transporte de pasajeros por ferrocarril, carretera, marítimo, aéreo	empresas de transporte aéreo, terrestre y marítimo
Alquiler de equipos de transporte	Empresas de alquiler de vehículos
Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas e intermediación	AAVV, Tour Operadores, Consultorías especializadas
Actividades culturales y de ocio	Teatros, espectáculos, discotecas, zoológicos, parques de atracciones.
Actividades deportivas y recreativas	Empresas de actividades deportivas, parques recreativos...
Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país	Venta de productos para turistas, souvenirs, ropa, recuerdos
Otras actividades características del turismo, específicas de cada país	Escuelas de actividades tradicionales de cada país, escuelas de idiomas
Empresas de servicios profesionales	Guías turísticos, traductores

Figura 2.1. Tipologías de industrias del sector turístico. Fuente: OMT y elaboración propia

Tratando de analizar una actividad íntegramente turística, y con una relevancia suceptible de representar el sector turístico, el presente análisis se va a centrar en la industria hotelera. Fuentes de datos como el INE o EUROSTAT, muestran la importancia en el gasto público que generan otras actividades como la restauración, pero, a su vez, el análisis o estandarización de un modelo de costes para dicha industria resulta muy complejo, dado que es un servicio aportado por gran variedad de sectores, y no sólo el turístico.

La industria hotelera genera un gasto público generalmente superior al resto de actividades turísticas. Atendiendo al sector del alojamiento, los siguientes datos que se presentan en la tabla 2.2 evidencian dicha aportación:

	Gasto Total*		Gasto Medio persona		Gasto Medio Diario		Estancia Media	
	Mill. Euros	% Var	Euros	% Var	Euros	% Var	Noches	% Var
Total	63.035	6,4	971	-0,6	109	0,2	9	-0,9
Alojamiento hotelero	40.176	3,7	979	-1,2	144	-0,8	7	-0,4
Alojamiento no hotelero	22.859	11,3	957	0,6	77	3,4	12	-2,8
Alojamiento en propiedad	4.580	7,3	1.020	-0,8	60	1,9	17	-2,6
Alojamiento familiares/ amigos	5.519	4,1	688	-1,8	69	-1,3	10	-0,5
Alojamiento en alquiler	9.443	15,2	1.276	-1,6	90	5,1	14	-6,3
Otros Alojamientos	3.316	19,7	833	6,9	95	7,0	9	-0,1
Millones de Euros.								

Figura 2.2. Gasto de los turistas según tipo de alojamiento. Año 2014.

Fuente: EGATUR y elaboración propia.

Se observa que el alojamiento hotelero representa la mayoría del gasto turístico. Cabe destacar que en términos de estancia media, el alojamiento no hotelero supera al alojamiento hotelero, además de que las cifras de estancia media de este último, están por debajo de la media.

2.1. Industria Hotelera como objeto de análisis

La industria o sector o hotelero se caracteriza principalmente por la interacción con el cliente (así como cualquier empresa de servicios), y este elemento lo diferencia de cualquier empresa manufacturera, según afirma Mattimoe (2002). Del mismo modo, dentro de las actividades que desarrolla, existe una actividad principal basada en la oferta de alojamiento, diferenciada del resto de actividades que dependen de otras variables como la temporada, la capacidad del hotel, el público objetivo, los productos o servicios que ofrece... (Musa y Sanchis, 1993).

Para poder elaborar un modelo de gestión adaptado a las singularidades del sector hotelero es imprescindible conocer sus características específicas, considerando como producto principal el alojamiento del cliente:

Esta distinta naturaleza contribuye a configurar un conjunto de características específicas⁷:

⁷ Extraídas de los siguientes autores: Martín (2014), Musa y Sanchis (1993), Mestres (1995), Aguamayo (1997), Mattimoe (2000), y Casanueva y otros (2000).

- La industria hotelera genera un servicio que resulta de combinar una serie de activos físicos (hotel, habitaciones, instalaciones...) y un servicio personal.
- Genera un producto intangible, que es el servicio de alojamiento, más allá de la naturaleza tangible de la habitación.
- Es un producto que no se puede almacenar cuando no hay demanda suficiente, por lo que genera un coste de oportunidad.
- La estacionalidad en la demanda impide una previsión exacta de la oferta.
- El *factor de localización* es fundamental en la definición del producto, ya que condicionará la demanda. No existe la posibilidad de acercar el producto al cliente, sino que la empresa deberá atraer a los usuarios hasta el establecimiento.
- El trato al cliente antes durante y después de la contratación será fundamental para la percepción que el cliente tenga el producto-servicio. Se convierte en una característica diferencial respecto a la competencia, que, en ocasiones, se posiciona por encima de las propias características físicas del alojamiento.
- La atención durante el consumo del producto-servicio será otra característica decisiva: atención del servicio de habitaciones, resolución de incidencias...
- Imposibilidad de aumentar la producción, las habitaciones disponibles: rigidez a la oferta.
- Posibilidad de ofrecer servicios complementarios que generen una venta indirecta.
- Elevada proporción de costes fijos (inmovilizado, instalaciones, sueldos...) respecto a los variables.
- Eficacia operativa (ayudándose con la tecnología de la información) para asegurar que no haya pérdidas de ingresos derivadas de servicios realmente prestados y no facturados.
- Producto que cuenta con una oferta multicanal y una demanda muy diversa.

Atendiendo a la peculiaridad de las características del sector y a los profundos cambios del mercado turístico, principalmente acusados desde las décadas de los '80 y '90 hasta hoy, se hace evidente la necesidad de sistemas de gestión eficientes para controlar el mercado. Se observa que los directivos quieren abandonar líneas de producción rentables en apariencia que finalmente requieren mucho tiempo de análisis de proyectos

específicos, y los precios de los competidores son “‘icomprendiblemente bajos” (Tamarit 2003)⁸.

Los sistemas convencionales de costes presentan limitaciones por falta de visibilidad, distorsión sistemática del coste debido a que absorben los costes indirectos a través de un elevado volumen de producción. Ello deja fuera del análisis a las unidades no productivas e impide analizar el ciclo de vida completo del producto, centrándose únicamente en la etapa de producción.

En este contexto, los métodos de control y reparto de costes indirectos utilizados todavía en muchas cadenas hoteleras son muy arbitrarios, están obsoletos, o ambas posibilidades.

Desde 2009, se percibe la inquietud en el sector por gestionar de forma más eficiente los principales centros de coste de la industria, esto es, los hoteles. *Será en el año 2010 cuando la aplicación de estrategias de optimización de costes se volverá no sólo un elemento diferenciador sino un requisito fundamental para posicionar los hoteles en niveles de máxima eficiencia y asegurar así su futuro en el corto y medio plazo*⁹.

Por ello se van a plantear algunas opciones que respondan a estas limitaciones y den lugar a un sistema eficaz y eficiente, considerando las peculiaridades del sector.

2.2. Sistema de gestión basado en las actividades: Sistema ABC.

El sistema ABC (Activity Based in Costing), trata de repartir los costes entre los productos atendiendo a aquello que los ha generado. De acuerdo con Horngren, Datar y Rajan (2012), el sistema ABC identifica las actividades de todas las funciones de la cadena de valor, calcula el coste de cada actividad individual y lo asigna a los objetos de coste (es decir, a los productos o servicios objeto de la actividad de la empresa) tomando como base la mezcla de actividades necesarias para producir cada output. Los autores afirman que dicho sistema ayuda a mejorar el sistema de costes de la empresa, indentificando cada tipo de actividad con los costes que genera, así como el objeto de coste de cada una. Ello ayudará a la toma de decisiones estratégicas de la organización.

Hay doctrinas que mencionan el ABM (Activity Based in Management; Sistema de Gestión basado en Actividades) como otra forma de nombrar el sistema inicial. Otras en

⁸ Recuperado de: <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/82/76>

⁹ Tal y como expone Beatriz Menéndez-Valdés en un estudio publicado en Hosteltur sobre la Optimización de costes en la gestión hotelera.

cambio consideran que añade al modelo anterior la búsqueda de mejora continua, tratando de potenciar aquellas actividades que generan valor y suprimiendo aquellas que no contribuyen a la generación de valor. Además de tener en cuenta la aportación del resto de actividades.

Ambos sistemas, considerándolos de forma integrada como uno sólo, han supuesto un cambio frente a los modelos tradicionales, demostrando deficiencias en los resultados a la hora del control y la toma decisiones.

Tal como indican Horngren, Foster y Datar (2012), en las técnicas más tradicionales — ante la dificultad de saber qué base de distribución se aplica en el prorrateo de los costes indirectos— se opta por tomar aquel que se considere más representativo. Por el contrario, el ABC al hacer una primera asignación de costes a las actividades constituye una base más adecuada para realizar dicha asignación.

Pero este modelo también presenta inconvenientes:

- Si se consideran demasiadas actividades ello podría suponer un coste excesivo.
- Costes como los de marketing o dirección, que en la industria hotelera son actividades muy relevantes, resultan difíciles de imputar vía actividades a través del sistema ABC. El sistema tiende a suprimir secciones o actividades que no resultan rentables a corto plazo, aunque tengan interés para la organización.

Por otra parte, no se hace necesaria la sustitución de un sistema por otro. Será la empresa quien analice la información que precisa y decida de qué sistema disponer, o incluso combine más de uno pudiendo considerarlos compatibles, ya que cada uno persigue objetivos distintos y aporta informaciones con enfoques diferentes.

La industria hotelera, así como la mayoría de las actividades de servicios, debe contar con tecnología eficiente y actualizada para poder dar respuesta de forma rápida y eficaz a los gustos y preferencias de los clientes.

Johnson (1998) afirma que el sistema ABC no se centra de forma específica en los clientes. En este sentido, considera que no ayuda a las empresas a posicionarse de forma eficiente y con visión largo plazo manteniendo y mejorando el desarrollo de la actividad.

El sistema ABC se centra en los procesos o actividades tratando de mejorar la productividad, pero deja de lado uno de los principales objetivos de la actividad: satisfacer las necesidades de los clientes.

¿Por qué se propone entonces el sistema ABC para la industria hotelera?

Siguiendo la línea de Johnson (1998), el ABC será favorable cuando se pretende reducir costes (con productos estandarizados, pedidos de gran volumen, órdenes recurrentes...). En cambio, si la tendencia de la empresa se sale de este caso debido a situaciones más concretas y excepcionales, la estrategia de la empresa de aumento de márgenes a través de la reducción de costes no funcionará. Será más adecuado el estudio del desarrollo de la propia actividad, más que de la actividad en sí misma (mejora de los procesos).

En este sentido, y considerando la industria hotelera como un producto estandarizado, de lotes grandes y habituales, así como concentrado en intervalos frecuentes (estacionalidad), parece más que justificado el uso de este sistema.

Autores como Kaplan (1992), Amat y Soldevilla (1997)¹⁰ o Franco (1995)¹¹ presentan ventajas en cuanto a la implantación de sistemas ABC. Algunas de las que se pueden aplicar en el presente estudio:

- Se puede utilizar en todo tipo de empresas: lo que considera la diversidad de empresas dentro de la industria hotelera.
- No sólo se centra en objetivos de rentabilidad, sino que también considera otros agentes del proceso no directamente relacionados con el rendimiento, como son los usuarios o el servicio ofrecido.
- Hace una clara distinción entre el coste de producción, el comercial y el de administración. Concretamente Kaplan (1992) considera que es un sistema que incorpora información de fuentes tanto financieras como operativas.
- Permite seleccionar aquellas actividad que generan mayor valor añadido, y eliminar las que no.

Kaplan concluye con que el ABC supone una hoja de ruta para la organización, principalmente para la dirección.

¹⁰ AMAT ORIOL y SOLDEVILA GARCIA PILAR: "Contabilidad y Gestión de Costes", Editora Gestión 2000, España 1997. Capítulo 5, Pág. 146-147.

¹¹ AIMAR FRANCO OSVALDO.: "Sistemas de costos basado en actividades. Pasado, presente y futuro." Revista Costos y Gestión, España, 1995, No.15, Pág. 251.

2.3. Sistema integral de gestión para la Industria Hotelera: Uniform System of Accounts for the Lodging Industry (USALI).

USALI integra un plan contable sectorial para la hostelería. Procede de Estados Unidos y se encuentra vigente desde el año 1926, en la actualidad se encuentra en su IX edición, publicada en 2014, la cual pretende adaptar el modelo a la realidad del sector.

La base fundamental del sistema es la división de la actividad de la industria hotelera en un número razonable de departamentos, operativos o funcionales, según estén directamente ligados a la prestación del servicio al cliente o no. El sistema permite conocer si hay excedente en cada uno de los departamentos y la contribución a la empresa del mismo. Para ello elabora por secciones o departamentos cuentas de explotación particulares.

Difiere significativamente del sistema español que utiliza sólo una cuenta de explotación para toda la organización. Un estudio realizado por AECA¹² muestra que el sistema también ha sido utilizado en España en la obtención de indicadores económico-financieros basados en la estructura del USALI. Ejemplo de su empleo fueron las consultora Mazars Turismo (2000) y Horwarth Consulting (1999). Por su parte, la AECA manifiesta que en España todavía no hay un conocimiento completo y uso eficiente del USALI, tomando referencias de autores como Sánchez (1999) y Campa (2005).

El sistema se basa en la estandarización de la información contable, centrándose en cada una de las secciones de producción del hotel. Siguiendo con el informe de la AECA, el modelo USALI se centra en la consecución de los siguientes objetivos (Hanynnc, 2014 y otros): la *sencillez* en su elaboración, uso e interpretación; la *comparabilidad* dentro del propio hotel y también en referencia a otros hoteles gracias a que permite la normalización en la forma de presentar los resultados; por último, la *capacidad de motivación* y puesta en valor de cada sector del hotel de forma tangible y objetiva.

Parte de la idea de considerar la industria hotelera como actividad que presta diferentes servicios de forma combinada, pero con diferentes contribuciones en los rendimientos del hotel o establecimiento. Por su parte, la naturaleza de la actividad hotelera engloba todos y cada uno de los productos o servicios proporcionados.

¹² Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas

3. APLICACIÓN PARA UN MODELO DE TURISMO RESPONSABLE

El sistema de gestión en un modelo de Turismo Responsable deberá responder a las cuestiones que plantea su propia definición:

- 🌱 *¿De qué se están responsabilizando?*
- 🌱 *¿Cómo están asumiendo esa responsabilidad, qué están haciendo, y cuánto están haciendo?*
- 🌱 *¿Qué han conseguido?*
- 🌱 *Los resultados y los impactos son las evidencias que es necesario analizar para juzgar si la responsabilidad ha sido asumida efectivamente.*

La base fundamental del modelo será considerar que los individuos, cuando alcanzan un nivel de desarrollo aceptable, buscan productos que no afecten negativamente a su bienestar a través de contaminación, desertización, pérdida de patrimonio local... Más allá de no perjudicar a su bienestar, el enfoque sería destinar los esfuerzos a potenciarlo. La gestión responsable (en conciencia con el medio natural, social, patrimonio...) afecta directamente a la consideración económica, social, jurídica y cultural.

Por tanto, la contabilidad de gestión también debe recogerlo: la AECA defiende que no existe una consideración medioambiental dentro de la contabilidad de gestión, sino que ésta debe ir integrada en la propia contabilidad de gestión de la empresa, que irá en línea con su proyección ambiental.

En este sentido se podrían aplicar los modelos expuestos anteriormente, añadiendo las siguientes consideraciones:

Una alternativa de aplicación pasa por la implantación de **programas de calidad** que permitan transformar los fallos e impactos negativos en mejoras. Estos programas ya se conciben como necesidades y no tanto como meras alternativas. Ripoll (1994) adelantaba hace décadas la necesidad de considerar todos los aspectos del proceso productivo, y nos sólo los indicadores financieros, tratando de valorar el coste que suponen para poder revertirlo en beneficio para la empresa: tiempo ocioso invertido en nuevas oportunidades de negocio, defectos de calidad reparados o convertidos en mejoras, registro de causas y consecuencias de los fallos productivos para las posibles reincidencias...

Existen sistemas de calidad propiamente dichos que representan distintivos como la Q o la ISO 9000. También encontramos sistemas de gestión medioambiental (ISO 14001 y el certificado EMAS). La organización puede decantarse por uno u otro, o bien integrar

ambos. Estos sistemas implican una serie de cambios organizacionales que van más allá del ámbito medioambiental: afectan a la cultura organizacional.

Por otra parte, en el uso que se hace de los recursos, principalmente naturales, habrá que considerar el concepto de **sostenibilidad**, de manera que se garantice el consumo de generaciones futuras. Por tanto el uso que se hace de los recursos deberá ir en concordancia con la generación de los mismos.

La consideración del Turismo Responsable para el modelo turístico, en este caso para el modelo de costes, también se sustenta en su **rentabilidad económica**:

- 🌱 Los modelos de gestión responsable o sostenible crean una imagen diferenciada frente a competidores, pudiendo responder de forma más completa a las necesidades de los clientes, generando valor añadido por la consideración responsable (generación de productos diferenciados que permiten precios más elevados...) ‘‘lo verde vende’’¹³.
- 🌱 Las Instituciones Públicas favorecen el desarrollo de actividades sostenibles a través de la concesión de ayudas y subvenciones. Además, se favorece la contratación de empresas con conciencia medioambiental, como ocurre con el ejemplo de ejemplo *Touristik Union International* (TUI)¹⁴. También la UE potencia y castiga este aspecto con el principio de que ‘‘el que contamina paga’’.
- 🌱 Crear conciencia acerca de que una relación sana entre el medio ambiente, la población en general y las instituciones genera modelos de negocio rentables y duraderos. Además, ayuda a generar una buena imagen y labrar un espíritu colaborativo.
- 🌱 Diversificación del producto turístico tradicional hacia nuevas modalidades de turismo, que descongestionen el turismo de masas y generen nuevas oportunidades para los oferentes así como opciones alternativas para los usuarios.
- 🌱 Fuerte presión de asociaciones ecologistas, asociaciones de vecinos, defensores del patrimonio, etc., hacen necesaria la consideración responsable y medioambiental.

¹³ Encuestas realizadas por la Asociación Española de Codificación Comercial revelan que, a la hora de comprar un determinado artículo, un 70% de los consumidores valoran el hecho de que éste advierta en su envoltorio un compromiso de respeto al medio ambiente. Para un 37% de los encuestados esta etiqueta verde resulta fundamental a la hora de decidirse entre dos productos de similar calidad.

¹⁴ El mayor tour operador de Alemania, ha eliminado algunos destinos de su programa considerándolos una fuerte amenaza para el medio ambiente.

- 🌱 Favorece la conciencia medioambiental de los empleados: Canadian Pacific Hotels of Resorts (en Canada) demostró que 9/10 empleados preferían trabajar bajo sistemas que considerasen el medio ambiente.
- 🌱 Reducción de costes en términos de energía y agua.
- 🌱 Reducir la acumulación de basuras, así como su recogida. Separa los residuos para favorecer el reciclaje y la reutilización, principalmente en aquellos recursos susceptibles de más de un uso (posible ahorro en costes). Impedir el vertido de residuos en cursos de agua públicos, frágiles o no autorizados. Cuidar la contaminación lumínica y acústica.

Aunque estas suponen un ahorro en costes, es evidente que también generan un elevado coste de puesta en marcha y aplicación, y está lejos de la realidad de muchas empresas turísticas en el corto plazo. Pero se debe enfocar como una alternativa de inversión con considerables beneficios en costes en el medio plazo.

3.1. Normas de referencia

🌱 ISO 14001

Es una de las principales normas dentro del SGA¹⁵. Se define como norma internacional por excelencia dentro de la gestión ambiental que pretende determinar el impacto ambiental, clasificándolo dentro de una gestión de riesgos ambientales, haciéndola parte de la práctica de la actividad habitual de una organización.

Establece patrones a nivel internacional que se deben seguir para una gestión medioambiental, que garantice la protección del medio ambiente, los impactos negativos de la actividad, principalmente relacionados con la contaminación, y que mantenga en equilibrio el escenario social y económico.

La norma ISO 14001 se compone de las siguientes fases:

1. Definición de la política ambiental en la cual se enmarcan los objetivos ambientales de la organización.
2. Establecimiento de un plan que le permita cumplir con su propia política ambiental.
3. Definición de las medidas y los mecanismos de apoyo necesarios para realizar su política ambiental, incluyendo sus objetivos.
4. Identificar, medir, controlar y evaluar sus impactos ambientales.

¹⁵ Sistema Gestión Ambiental

5. Revisión y mejora continua de su sistema.

La aplicación de la normativa se puede implementar en cualquier empresa de cualquier naturaleza (sin importar el tamaño, sector o situación geográfica). Por lo que las empresas susceptibles de aplicar un Modelo Responsable podrían a su vez considerar dicha normativa.

A la hora de valorar su implementación, se atiende a los beneficios que aporta la propia normativa¹⁶, resumidos en lo siguiente:

- Ayuda a la reducción de costes como una de las razones de ser de la normativa: el uso más eficiente de los recursos supone un ahorro de bienes (bien pudiera ser de materias primas, o aquello que la empresa disponga como recurso), directamente ligado con el ahorro en costes.
- Ayuda al cumplimiento de la legislación en materia ambiental, ya que una organización acogida a la ISO 14001 ya cumple con el requerimiento legal en cuanto a su impacto ambiental.
- La norma apela a la unión de esfuerzos, ya que posibilita la adopción de un sistema integrado sin hacer de la gestión ambiental una consideración adicional.
- Mejora la reputación y, por tanto, la imagen corporativa de la organización.
- Amplía el mercado donde la organización puede operar, abriendo la posibilidad de trabajar con empresas con consideración medioambiental, sin resultar en absoluto excluyente para actuar con el resto de organizaciones.

Por último, la normativa ISO 14001 es perfectamente compatible con otras normas basadas en sistemas de gestión, así como con otras tipologías de normas ISO (de Calidad, de Seguridad y Salud Laboral o de Energía).

Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)

Es un instrumento desarrollado por la Unión Europea (concretamente por la Comisión Europea de empresas) con el objetivo de evaluar la actuación medioambiental. Más allá de la evaluación, se basa en la mejora de la gestión ambiental de las organizaciones.

Cualquier tipo de empresa de cualquier sector puede acceder a la misma.

No se trata de una normativa en sí misma (como la ISO 14001), si no que supone una certificación adicional que aplica auditorías e impulsa la mejora continua en la gestión

¹⁶ <http://www.lrq.es/certificaciones/iso-14001-medioambiente/>

ambiental. Su aplicación se hace más fácil cuando la organización ya está acogida a la norma ISO 14001.

Los beneficios que genera son similares a la normativa anterior en cuanto al ahorro de costes y mejora de la reputación, siendo ésta de naturaleza adicional respecto a la normativa principal anteriormente expuesta.

Cabe citar el ejemplo de Cataluña donde, el Departamento de Medio Ambiente de la Comunidad favorece el acceso a créditos para aquellas organizaciones que aplican este sistema, a través de convenios con determinadas entidades bancarias.

Como aspecto negativo, EMAS supone un coste de implantación muy elevado. Del mismo modo, está muy subvencionado (puede llegar al 75% del coste total).

Green Globe

Se trata de otra normativa adicional con carácter internacional. Fue creada por WTTC (World Travel and Tourism Council). Es una certificación basada en un programa de gestión ambiental para empresas de viajes y turismo. Presente en más de 90 países y apoyada formalmente por más de 20 organizaciones gubernamentales e industriales como son la Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes, la Asociación de Viajes del Asia Pacífico, la Organización Mundial del Turismo (OMT) o el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

Para obtener la certificación *Green Globe* es necesario obtener previamente la certificación medioambiental ISO. Sus principios se basan en estándares y acuerdos internacionales como la Agenda 21¹⁷, la ISO 9001 (Calidad), ISO 14001, ISO 19011 (Auditoría de los Sistemas de Gestión), entre otros.

Las empresas reciben asesoramiento en los sistemas de gestión medioambiental. *Green Globe* cuenta con la colaboración de consultoras calificadas como *Green Globe 21* para apoyar y asesorar a las organizaciones en todo el proceso, así como definir metas. Finalmente se procede a una verificación independiente. La certificación de este estándar exige una demostración anual de las mejoras medioambientales.

3.2. Evidencias del modelo

El autor Stipanuk (2002) presenta evidencias en forma de medidas llevadas a cabo por importantes hoteles alrededor del mundo, para el control de energía y agua:

¹⁷ Mencionada en el apartado de la Definición de Turismo Responsable.

- Hotel continental de Londres: desarrollo de mecanismos para recuperar agua del equipo de refrigeración, así como calefacción utilizando calderas de combustión de microprocesador controlado.
- Hotel Inter-Continental de Hamburgo: ahorro de agua y energía en la lavandería. Sustitución de jabones de fregar.
- Hotel Inter-Continental de Tokio o el Hotel Al Bustan Palace Inter-Continental Muscat en Omán: Reciclar el *agua gris*¹⁸ de las instalaciones.
- Hotel Inter-Continental en São Paulo: construyeron un pozo para la extracción de agua para su uso propio.

Estas medidas ayudan a reducir los costes operativos e incrementar la eficiencia, rentabilidad e imagen. Se incluyen en la contabilidad de la empresa, cuya consideración está acogida a la normativa de la contabilidad medioambiental.

La consideración verde y medioambiental también está recogida en la normativa española: el ICAC (Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas) aprobó en 2002 una normativa para la inclusión de la vertiente ambiental en las cuentas anuales, aplicables a todo tipo de empresas y organizaciones.

Otros ejemplos de empresas que no son del sector turístico, pero suministran al mismo energéticamente, son grandes compañías energéticas del IBEX 35 donde su contabilidad medioambiental ya incluye partidas como: inmovilizado medioambiental, provisiones para riesgos y gastos medioambientales, resultado medioambiental¹⁹.

(Endesa S.A., Iberdrola S.A., Red Eléctrica de España S.A., entre otras).

Como evidencia de gestión responsable y medioambiental en el sector público, se presenta el ejemplo de los **espacios naturales protegidos**, pueden ser un ejemplo de gestión responsable de recursos turísticos “de todos”. Por encima de ser susceptibles de atractivo turístico, está su valor como espacio natural. El primer lugar considerado como espacio de conservación fue el Parque Nacional de Yellowstone²⁰ en EEUU en el 1872, definido como <<Parque Público para beneficio y satisfacción del pueblo>>, de acuerdo con López J.F. y López M.G. (2014). Siguiendo a estos autores, poco a poco fueron surgiendo otras variantes definidas por organismos internacionales, así como: *Humedales*

¹⁸ Aguas residuales susceptibles de ser reutilizadas tras sencillos tratamientos de limpieza.

¹⁹ López Gordo M.A. *El medio ambiente en los estados financieros*, págs. 283-329.

²⁰ Se elaboraron una serie de objetivos básicos para garantizar su conservación resumidos en la protección del Parque frente a lesiones y expoliación, así como conservación de todos los recursos forestales y yacimientos minerales, etc. Extraído de López J.F. y López M.G. (2014) *Instrumentos de política ambiental: casos de aplicación*. EUG (Editorial Universidad de Granada). Granada.

de Importancia Internacional, Reservas de la Biosfera, Patrimonios de la Humanidad o Zonas de Especial Conservación. Todas ellas establecen una serie de criterios a la hora de incorporar espacios y garantizan su correcto uso y gestión desde el punto de vista natural y medio ambiental. Aun siendo lugares susceptibles de explotación económica, prima la responsabilidad y sostenibilidad de los recursos naturales, y a su vez, da lugar al desarrollo de otro tipo de actividades mucho más rentables en el largo plazo (desde el punto de vista de la conservación, preservación de recursos como la flora o fauna, identidad del lugar...) como son actividades de aventura, exploración de la naturaleza, etc.

CONCLUSIONES

Las consideraciones finales, así como el punto de partida, se basan en el Turismo como materia transversal, que abarca un amplio abanico de agentes implicados, así como sectores de actividad y ramas de conocimiento y por ello puede generar ambigüedades.

Existe una interdependencia y relación entre las diferentes industrias o sectores que conforman la actividad turística, y ello hace necesario considerar las implicaciones de cada una de ellas, para que permitan generar modelos turísticos responsables.

No sólo las industrias y sectores que integran el turismo deben adoptar esta vertiente, sino también los usuarios del producto turístico. Se requiere de consumidores responsables y concienciados que permitan desarrollar y hacer rentables estos modelos, dejando de lado la trayectoria del pasado basada en un turismo de precios bajos, sin importar su impacto.

El análisis de la contabilidad de gestión y de los modelos propuestos se ha enfocado en la industria hotelera. Ello condiciona el estudio, principalmente en la parte estrictamente contable: no es lo mismo la gestión en un hotel de 70 habitaciones que en una casa rural de 5 habitaciones. Tomando el modelo ABC, la cantidad de actividades a analizar en el primer caso será muy superior al segundo caso. Por la parte de la adaptación a un modelo responsable, también se generan diferencias dependiendo de la industria concreta considerada. Pero a la hora de implantar dichos modelos, las pautas a seguir no difieren en cuanto a la vertiente responsable: tanto el hotel como la casa rural se prestan a considerar un departamento de calidad, adaptándolo a sus posibilidades, así como a la adopción de certificaciones medioambientales, control de residuos, etc.

Uno de los puntos a mejorar del sector turístico en España, es la necesidad de cualificación y formación, no porque no exista mano de obra cualificada o sistemas de gestión a la altura, sino porque en muchos casos se consideran alternativas a priori más baratas.

En línea con lo anterior, un modelo de turismo responsable requiere un nivel de cualificación razonable, que ponga en marcha medidas con vistas a largo plazo. Además, es necesaria la concienciación del sector sobre este tipo de alternativas, tanto por la necesidad de actuar ante los impactos en el medio natural, como por los resultados

positivos que genera: calidad del servicio, rentabilidad económica, ahorro en costes, atracción de un público objetivo cada vez mayor, reputación...

Para ello es necesario alcanzar un nivel cultural y educativo que permita hacer responsables de la actividad turística a todos los agentes implicados, de forma que este tipo de modelos no sean excepcionales, sino que se conviertan en la forma natural de desarrollar y disfrutar del producto turístico.

Los modelos entorno a la responsabilidad y sostenibilidad deben aplicarse con rigor, y responder en base a certificaciones válidas. Hay autores que hablan del *maquillaje verde* que pasa por la mera publicidad de un compromiso con la sostenibilidad que no se ve traducido en medidas concretas y acaba no siendo real. Carlos García (2015), en un artículo sobre el Turismo Responsable discute el verdadero valor y la efectividad de los sellos y sistemas de certificación internacionales: *Aunque hay asuntos de sostenibilidad globales, la mayoría son locales*. Estas certificaciones se basan en proyectos globales que en ocasiones dejan lejos a gran parte de los agentes del sector, debido a su limitada capacidad de actuación. Es necesario acercar estas medidas al ámbito local y no basarse en el cumplimiento de objetivos genéricos, que garanticen una etiqueta, ya que pueden estar muy lejos de representar sostenibilidad o responsabilidad.

“Hoy más que nunca, la vida debe caracterizarse por un sentido de responsabilidad universal, no solo entre naciones y entre humanos, sino entre humanos y cualquier otra forma de vida”

– Dalai Lama.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUAMAYO, J. M. (1997). *Un modelo para la segmentación de la información contable en las empresas hoteleras*. Tesis doctoral. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- ARMENTEROS DÍAZ, M. (2000): “Obsoletos los sistemas de costos tradicionales”. Revista: Cifras. Nº 1. Ciudad de la Habana, Cuba. Pp. 5-10.
- BEN YELLES, A. (1975). *Uniform system of accounts for hotels*. Méthodes et applications de contrôle de gestion hôtelière d’Horwath and Horwath International. Cahiers du Tourisme. Université d’Aix-Marseille, Aix en Provence.
- BOSCH, X. (2002). *¿Qué beneficios aporta la implantación de un sistema de calidad en el sector hotelero?* Tesina de licenciatura ADE. ESADE. Barcelona.
- CAMPA PLANAS, F. (2004). *La contabilidad de gestión en la industria hotelera* (Tesis doctoral). Universidad Pompeu Fabra, Barcelona.
- CASANUEVA, C., García, J. y Caro, F. J. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Pirámide. Madrid.
- ENZ, C. A. y SIGUAW, J. A. (1999). *Best Hotel environmental practices*. Hotel and Restaurant Administration Quaterly. Cornell University, vol. 40, núm. 5.
- GASCÓN, J. y CAÑADA, E. (2005). *Viajar a todo tren: Turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria.
- GOODWIN, H. (2016). *Responsible Tourism: Using Tourism for sustainable development* (Second Edition). Goodfellow Publishers, Limited, Oxford.
- GUERRERO, P., RAMOS R, (2014). *Introducción al Turismo*. México. Grupo editorial Patria.
- HORNGREN, C., DATAR, S., FOSTER, G. (2012). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. (14º Ed). PEARSON.
- JOHNSON, H. Y KAPLAN, R. (1988): *La Contabilidad de Costes: Auge y Caída de la Contabilidad de Gestión*. Plaza & Janes Editores, España.
- KAPLAN, R. Y NORTON D. (1992): “La Tarjeta de Valoración Equilibrada: Medidas que Impulsan el Rendimiento”. En Harvard Business Review: Cómo Medir el Rendimiento de la Empresa, Ediciones Deusto, 1999, España, pp. 135-159.
- LÓPEZ GORDO J.F. y LÓPEZ GORDO M.G. (2014) *Instrumentos de política ambiental: casos de aplicación*. EUG (Editorial Universidad de Granada). Granada.
- LÓPEZ GORDO M.A. *El medio ambiente en los estados financieros*. (2008) EUG (Editorial Universidad de Granada). Granada.

MATTIMOE, R. B. (2000). *An institutional study of the factors impacting on room rate pricing strategy in the irish hotel industry*. The Sixth Inter-disciplinary perspectives on accounting conference.

MESTRES, J. R. (1995). *Técnicas de gestión y dirección hotelera*. Ediciones Gestión 2000. Barcelona.

MUSA, S.M. y SANCHÍS, J.R. (1993). “La determinación de los precios de alojamiento en la industria hotelera”, *Estudios Turísticos*, nº 117, pp. 49-60.

RIPOLL, V. M. (1994). *Aspectos estructurales de la contabilidad de gestión y principales líneas de investigación*. Elementos de contabilidad de gestión. AECA, Madrid.

STIPANUK, D. M. (2002). *Energy management in 2001 and beyond: Operational options that reduce use and cost*. Hotel and Restaurant Administration Quarterly. Cornell University, vol. 42, núm. 3.

TAMARIT, C. (2003): “El sistema de gestión y costes basado en las actividades. Activity based costing and management system”. *Cimientos*. Año 4. Nº 7. Pp. 13-18.

VACAS, C. (2000). *Sistema Uniforme de contabilidad para la industria del alojamiento: un modelo anglosajón de planificación contable*. Técnica Contable. Madrid, octubre.

VALDÉS, L. y RUIZ, A.V. (coords.). (1996). *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Servicio de Publicaciones: Universidad de Oviedo. Mercantil Asturias, S.A., Gijón, España.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS Y PÁGINAS WEB

DELOITTE SPAIN. (2016). “Tendencias y evolución del turismo en España”. <<https://www2.deloitte.com/es/es/pages/consumerbusiness/articles/tendencias-y-evolucion-del-turismo.html>> [Consulta: 20 abril 2018].

DÍAZ, J. (2016). “Del turismo de los años 30 y 40 y 50 en España”. Juanjfdiaz.blogspot.com.es. <<http://juanjfdiaz.blogspot.com.es/2014/06/del-turismo-de-los-anos-30-40-y-50-en.html>> [Consulta: 11 abril 2018].

DÍAZ RODRÍGUEZ, P. (19 de Enero, 2018). “Turismo sostenible: de la retórica a la responsabilidad” [Comunicado de prensa]. <https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/020816_turismo-sostenible-de-la-retorica-a-la-responsabilidad.html> [Consulta: 16 abril 2018].

LINDE, P. (24 enero, 2014). “Hacia un turismo responsable”. El País. <https://elpais.com/elpais/2014/01/24/planeta_futuro/1390589346_042521.html> [Consulta: 16 abril 2018].

LÓPEZ DE ÁVILA, A. (Presidente de Segittur), (28 febrero 2013). “Presencia internacional de las empresas turísticas españolas”.
<<https://atlas.marcasrenombradas.com/analisis/presencia-internacional-de-las-empresas-turisticas-espanolas/#>> [Consulta: 21 abril 2018].

GARCÍA, C. (24 enero, 2015). “Turismo sostenible y turismo responsable ¿Cuál es la diferencia?”. Calos García web.
<<https://www.carlosgarciaweb.com/el-turismo-sostenible-y-el-turismo-responsable-cual-es-la-diferencia/>> [Consulta: 1 mayo 2018].

MENÉNDEZ-VALDÉS, B. (2010). “Optimización de costes en la gestión hotelera”. *Hosteltur*. <<https://static.hosteltur.com/web/uploads/2010/05/fdd233c6b0b0b2f3.pdf>> [Consulta: 22 abril 2018].

ORAMA, A., PÉREZ O, QUESADA, M. (2009). “Etapas en la determinación del coste por actividades: caso hotel Meliá Varadero”. Departamento de Contabilidad y Finanzas de la Universidad Camilo Cienfuegos de Matanzas. (Cuba).
<<http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/82/76>> [Consulta: 22 abril 2018].

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). *Tourism Market Trends, UNWTO*. (2017). “Panorama OMT del turismo internacional”.
<<http://mkt.unwto.org/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2017>> [Consulta: 23 abril 2018].

ORNANIZACIÓN NACIONES UNIDADES (ONU). “Programa 21: capítulo 1”.
<<http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agenda21spchapter1.htm>> [Consulta: 25 abril 2018].

ORANIZACIÓN NACIONES UNIDAS (ONU). “Resultados sobre el desarrollo sostenible”.
<<http://www.un.org/es/development/devagenda/sustainable.shtml>> [Consulta: 03 julio 2018].

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). “Entender el turismo: Glosario Básico”.
<<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>> [Consulta: 26 abril 2018].

SÁNCHEZ, E. (2001). “El auge del turismo europeo en la España de los años sesenta”. CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas).
<<http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/918/925>> [Consulta: 13 abril 2018].

ZOREDA, J. and PERELLI, Ó. (2014). “Los 20 años que han revolucionado el sector turístico español”.
<https://www.hosteltur.com/147470_20-anos-han-revolucionado-sector-turistico-espanol.html> [Consulta: 13 abril 2018].

ANEXO I: Encuesta

1.- ¿Qué tienes pensado hacer en tus días de vacaciones?

(Se consideran los días de vacaciones del trabajo o, para los estudiantes, los periodos no lectivos por vacaciones).

SELECCIONA UNA ÚNICA RESPUESTA EN CADA PREGUNTA

*1. Selecciona la respuesta que más se adecue a tu plan para las vacaciones, aunque en tu caso quepa más de una posibilidad.

- ☐ 1. Hacer un viaje
- ☐ 2. Ir a un festival
- ☐ 3. Quedarme en casa para descansar
- ☐ 4. Quedarme en casa para ahorrar
- ☐ 5. Estudiar o hacer algún curso
- ☐ 6. Hacer obras en casa (reparaciones, cambios de mobiliario...)
- ☐ 7. Desplazarme a una segunda residencia (apartamento de vacaciones, casa del pueblo...)
- ☐ 8. Hacer una inversión: comprar alguna cosa que durante el año no tienes tiempo de mirar
- ☐ 9. Otro (Por favor especifique)

*2. Selecciona la opción que rechazas, considerando tu situación y posibilidades, a la hora de elegir la respuesta de la pregunta *1.

Considera la **opción más probable**, aunque en tu caso quepa más de una posibilidad.

- ☐ 1. Hacer un viaje
- ☐ 2. Ir a un festival
- ☐ 3. Quedarme en casa para descansar
- ☐ 4. Quedarme en casa para ahorrar
- ☐ 5. Estudiar o hacer algún curso
- ☐ 6. Hacer obras en casa (reparaciones, cambios de mobiliario...)
- ☐ 7. Desplazarme a una segunda residencia (apartamento de vacaciones, casa del pueblo...)
- ☐ 8. Hacer una inversión: comprar alguna cosa que durante el año no tienes tiempo de mirar
- ☐ 9. Otro (Por favor especifique)